วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2559

เศรษฐกิจพระเครื่องเมืองไทย

ECONOMY OF AMULETS IN THAILAND

อภินันท์ จันตะนี
Aphinant Chantanee

หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องเศรษฐกิจพระเครื่องเมืองไทย โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจพระเครื่อง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าพระเครื่องไว้บูชาหรือแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่ตนพอใจ 3) เพื่อศึกษาค้นคว้าเชิงลึกเกี่ยวกับพระเครื่องตามภูมิภาคทั้งสี่ภาคทั้งด้านค่านิยมการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่ตนพอใจ และ 4) เพื่อวิเคราะห์เชิงบูรณาการมูลค่าพระเครื่องในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิตยสาร-เว็บไซต์พระเครื่อง การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม 120 คน และสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามตัวอย่าง 400 คน ตามตลาดนัดพระเครื่องและงานประกวดพระเครื่องจาก 4 ภูมิภาคในประเทศไทย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำรวจรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1) สภาพทั่วไปเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจพระเครื่อง โดยราคาค่านิยมพระเครื่องจากนิตยสารและเว็บไซต์ มีราคาค่านิยมตั้งไว้เริ่ม 500 บาท ซึ่งเป็นพระเหรียญที่สร้างใหม่ไปถึงราคาค่านิยม 55 ล้านบาทหรือรวม 5 องค์ไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท เป็นพระสมเด็จวัดระฆัง พิมพ์ใหญ่ ส่วนราคาค่านิยมรองลงมาเป็นพระเครื่องในชุดเบญจภาคีคือ พระซุ้มกอ พิมพ์ใหญ่ (องค์เดียว) 20 ล้านบาท พระผงสุพรรณ (พิมพ์หน้าแก่) 12 ล้านบาท พระรอด กรุวัดมหาวัน 10 ล้านบาท และพระนางพญา วัดนางพญา จังหวัดพิษณุโลก 5 ล้านบาท ส่วนพระหลวงปู่ทวด ปี 2497 ราคาค่านิยม 15 ล้านบาท เหรียญหลวงปู่เอี่ยม วัดหนัง 12 ล้านบาท พระปิดตามหลวงพ่อแก้ว วัดเครือวัลย์เมืองชล 10 ล้านบาท หลวงพ่อกลั่น วัดพระญาติ อยุธยา ราคาค่านิยม 10 ล้านบาท หลวงปู่ไข่ วัดเชิงเลน 8 ล้านบาท พระหลวงพ่อเงิน วัดบางคลาน รูปหล่อโบราณ พิมพ์นิยม 6 ล้านบาท โดยปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อหรือเช่าพระเครื่อง คือความเก่าแก่ของพระเครื่อง ความหายากของพระเครื่อง ความเป็นพระเครื่องแท้ สภาพของพระเครื่อง มีรูปลักษณะพระเครื่องต้องไม่มีรอยหัก บิ่น สึกหรอใด ๆ ปรากฏขึ้น รวมทั้งพิธีกรรมและเรื่องราวพระเครื่อง เป็นพิธีกรรมหรือความขลังในทางไสยศาสตร์ ความเชื่อในแง่ของอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ถ้าเคยเกิดเหตุอัศจรรย์ใดๆ กับผู้ที่สวมใส่พระเครื่องนั้นจะทำให้ความนิยมซื้อหามากขึ้น

2) พฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าพระเครื่องไว้บูชาหรือแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่ตนพอใจ โดยพฤติกรรมการเข้าร่วมในตลาดนัดและงานประกวดพระเครื่อง ส่วนใหญ่นำพระเครื่องมาปล่อยให้เช่า ร้อยละ 44.50 การเช่าพระเครื่องไว้เพื่อบูชาร้อยละ 33.50 มีความสนใจหรือให้ความสำคัญกับพระเครื่องส่วนใหญ่เป็นพระเนื้อผงยอดนิยม ร้อยละ 32.50 มีความสนใจ/ความสำคัญพระท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นพระเหรียญหล่อนิยม ร้อยละ 41.00 มีความสนใจ/ความสำคัญพระเบญจภาคีส่วนใหญ่เป็นพระสมเด็จวัดระฆัง ร้อยละ 50.00

3) การสัมภาษณ์/ค้นคว้าเชิงลึกเกี่ยวกับพระเครื่องตามภูมิภาคทั้งสี่ภาคทั้งด้านค่านิยมการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่ตนพอใจ โดยราคาค่าเช่าพระเครื่องปัจจุบันส่วนใหญ่เห็นว่าราคาค่าเช่าพระเครื่องขึ้นอยู่กับประเภทของพระเครื่อง ส่วนราคาค่าเช่าพระเครื่องในอนาคตนั้น ส่วนใหญ่คาดว่าราคาค่าเช่าพระเครื่องจะขึ้นอยู่กับประเภทของพระเครื่อง มีแนวโน้มความนิยมพระเครื่องส่วนใหญ่คาดว่าจะนิยมพระเหรียญ และมีเงินหมุนเวียนในเศรษฐกิจพระเครื่องต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่า (แต่ละภูมิภาค) ประมาณ 10,000 ล้านบาท และมีความคิดเห็นต่อความสำคัญหรือความสนใจพระเครื่องโดยรวมอยู่ระดับมากทุกด้าน

4) การวิเคราะห์เปรียบเทียบและการพยากรณ์ ระดับความสำคัญ หรือความสนใจพระเครื่อง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ซึ่งผลการทดสอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและความสนใจต่อประเภทของพระเครื่องและความต้องการพระเครื่อง การตัดสินใจเช่าพระเครื่องและการเช่าพระเครื่องของคนทั่วไปในปัจจุบันมาความแตกต่างกัน ซึ่งผลการพยากรณ์ปัจจัยที่เกี่ยวกับประเภทพระเครื่อง การตัดสินใจเช่าพระเครื่องและการเช่าพระเครื่องของคนทั่วไปมีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องในปัจจุบันฯ โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 54.10 (R = .736, R^2 = .541)

ABSTRACT

The research about to Economy of Amulets in Thailand, the objective for study 1) to study the generality about Amulets Economy, 2) to study the behavior and decide to buy a Amulets keep worship or, exchange follow the cost that satisfied self, 3) to in-depth interview Amulets Economy follows both of provincial four both of side popularity trading part or exchange follow the cost that satisfied self, and 4) to analysis integration cost Amulets Economy manner will in the state of economy now and the tendency in the future, by collect the data from a magazine -, Amulets Economy website, interviewing and focus group 120 persons , and explore the data with example 400 persons questionnaire, area weekend Amulets Economy market and the work contest the Amulets Economy from 4 provincial in Thailand , and analysis the data with a computer program using statistics including Frequency, Percentage, Mean, Standard deviation and Multiple regression.

The research result :

1. The generality about economic of Amulets, by popularity Amulets, price from a magazine and the website, valuable the popularity to begin 500 baht, be coin Amulets build new reach 55 million baht, total up 5 don't lower 250 million baht, Phra somdej Wat rakang, print big, price popularity part next is Amulets in five participant group is, bower clump Amulets, print big (one) 20 million baht, dust soft complexion Amulets (print in front old) 12, million baht, a Amulets survives, underground hiding temple graduate in Buddhist theology place day 10 million baht, and Phra somdej , Nangphraya 5 million baht at Phitsanulok provinces, Amulets year 2497 prices 15 million 15 baht, brand-new coin , 12 million 12 baht , Amulets to follow me a glass , 10 million baht ,Phra Nakhon Si Ayutthaya , prices 10 million 10 baht , 8 million baht, print like 6 million baht, by the factor that use to decide buy or, buy Amulets, be the antiquity in Amulets, the scarce in the small image of Buddha , the be small image of Buddha genuine , the state in the small image of Buddha , there is small image of Buddha figure must have no a trace breaks , The nicked , be worn any, appear go up and the ceremonial and small image of Buddha story, be the ceremonial or, the magical power in the sense of the black magic, the belief in the sense of miracle power, if ever there is an accident miraculous anything with who wear small image of that Amulets will make the favor buys more and more.

2. The behavior and decision making to buy Amulets to keep worship or, exchange follow the cost that satisfied self, by attending behavior in the weekend market and the work contest Amulets, the majority leads the amulest comes to liberate rent out, 44.50 hiring small image of Amulets percentages keep for worship 33.50 % have the interest or, give precedence with small image of majority Amulest is meat dust highly prices 32.50 percentages have the interest, Amulest locality majority importance is coin Amulets likes prices 41.00 percentages have the interest, Amulets five participant majority is Phra somdej Wat rakang 50 %

3. Interviewing or in-depth interview in the amulets follows both of provincial four both of side popularity trading part or, exchange follow the cost that satisfied self, by rent Amulets for price now the majority thinks rent Amulets price depends on a kind of Amulets and that future, the majority supposes rent Amulets prices depend on a kind in the amulets, tend of Amulets majority favor will suppose to like coin of Amulets, and have the circulating fund in small image of Buddha economy builds year, which the majority thinks, about 10,000 million baht per year, and think build importance of Amulets to interest generally every many side level.

4. The analysis compares with and forecasting , importance level, or Amulets interest , by separate follow personal factor for example, gender, age, education, occupation, income , and the domicile, which, bear fruit majority test gives precedence and the interest build a kind in the Amulets and Amulets requirement, the making a decision buys a Amulets of Amulets hiring of general person in now have different, which, forecasting factor that about Amulets kind, the making a decision buys a Amulets and Amulets hiring of general person affect the requirement buy a Amulets entrails now, by valuable forecast 54.10 % (R = .736, R^2 = .541)

คำสำคัญ

เศรษฐกิจ – พระเครื่อง

ความสำคัญของปัญหา

ความเป็นมนุษย์ต้องมีศาสนาเป็นเครื่องนำทางชีวิต ซึ่งความเชื่อและศรัทธา ที่มีอยู่แต่เดิมก็พัฒนาเป็นสัญลักษณ์ มีรูปแบบที่เป็นศิลปะมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่นับถือพระพุทธศาสนา ต่างนิยมไปบูชายังสถานที่ (พุทธสังเวชนียสถาน 4 ตำบล) พระพุทธองค์ประสูติ ตรัสรู้ ปฐมเทศนา และปรินิพพาน ได้พากันไปกราบไหว้ปีละมากๆ ในบรรดาพุทธศาสนิกชน ที่ไปยังสังเวชนียสถานดังกล่าว ต่างขอบหาสิ่งที่เป็นปูชนีย์วัตถุ นำกลับไปบูชาที่บ้านเมืองของตน ส่วนชาวเมืองที่อยู่ในเจดียสถาน (ที่ประสูติ, ตรัสรู้, แสดงธรรมจักร, ปรินิพพาน) นั้นๆ จึงได้คิดทำพระพิมพ์ขึ้น สำหรับจำหน่ายในราคาที่ไม่แพง ปรากฏว่า มีผู้นิยมยินดีซื้อหากันทั่วไป การสร้างพระพิมพ์ จึงได้มีแพร่หลายมากขึ้น ส่วนการสร้างพระพิมพ์ ในประเทศไทยนั้น แต่เดิมไม่มีความประสงค์จะสร้างเพื่อจำหน่าย เหมือนดังกล่าวข้างต้น พุทธศาสนิกชนคนไทย สร้างพระพิมพ์ขึ้น เพื่อสืบอายุพระพุทธศาสนาให้ถาวร จึงสร้างพระพิมพ์เป็นจำนวนมาก ฝังไว้ในพระเจดีย์ โดยเชื่อว่าเมื่อพระเจดีย์ล้มสลายหายสูญไปแล้ว ภายหลังมีใครไปขุดพบพระพิมพ์ที่สร้างไว้ ก็จะได้รู้ว่าพระพุทธศาสนา เคยประดิษฐานในที่นั้น โดยผู้ที่สร้างพระพิมพ์เป็นผู้ที่บำเพ็ญตบะมีพลังจิต ได้คิดสรรหาวัตถุ ที่เป็นมงคล มาทำพระพิมพ์ และอธิษฐานจิตแผ่พลังให้สถิตอยู่ในพระพิมพ์นั้นๆ ครั้นเมื่อมีเหตุร้ายต่างๆ เกิดขึ้น เช่น เกิดโรคภัยไข้เจ็บ หรือเกิดศึกสงครามคนทั้งหลายที่นับถือพระพุทธศาสนา ระลึกถึงพระพุทธคุณเป็นที่พึ่ง ก็หาพระพิมพ์ขนาดเล็กติดตัวไว้ ทำให้เกิดขวัญกำลังใจ จึงเกิดศรัทธาเชื่อถือเป็นพระพิมพ์ สำหรับคุ้มครองให้พ้นจากภยันตราย แม้ไม่ได้มุ่งหวังในเรื่องคงกะพันชาตรี แต่พระเครื่องที่สร้างขึ้น เป็นสัญลักษณ์ แทนพระพุทธเจ้า และสร้างจากสิ่งที่เป็นมงคล ผู้ที่เคารพกราบไหว้ และปฏิบัติตามคำสอน ย่อมเกิดสิริมงคลน้อมรำลึกถึงพระพุทธคุณสืบต่อไป (ณรงค์ เส็งประชา, 2539)

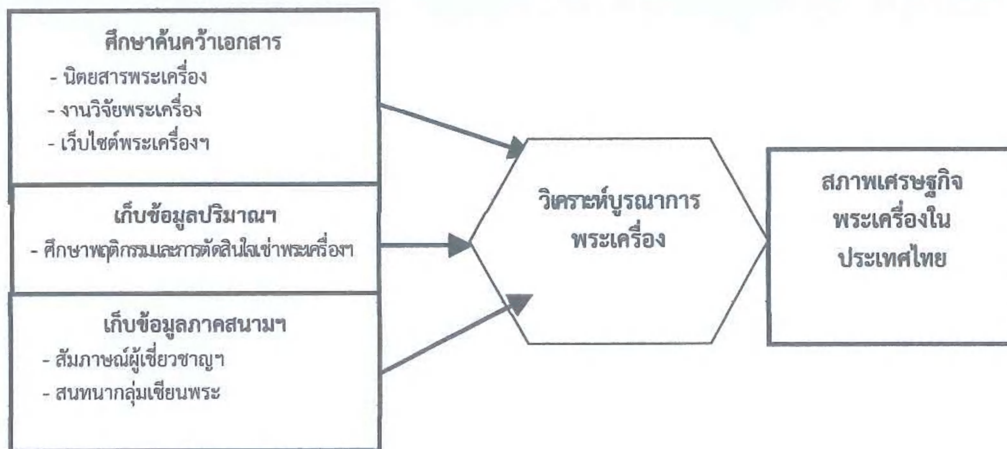
ในการสร้างพระให้เป็นเครื่องรางในรูปจำลองพระประธานสำคัญๆ หรือรูปหลวงพ่อที่ตนเคารพนับถือทั้งที่เป็นเนื้อผงและโลหะชนิดต่างๆ ซึ่งพระเครื่องเหล่านี้เหมาะแก่การติดตัวไปยังสถานที่ต่างๆ เพราะเพียงแค่อธิษฐานจิต สวดขอความคุ้มครองก็เพียงพอ หรืออาจกล่าวได้ว่า พระเครื่องทั้งหลายที่ผ่านการปลุกเสกมาแล้วนั้นเมื่อมาถึงมือประชาชน ก็อยู่ในลักษณะที่พร้อมใช้ ซึ่งดูเหมาะกับสังคมที่วุ่นวาย เร่งรีบ และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ซึ่งความเชื่อในเรื่องของพุทธคุณและ

ปาฏิหาริย์นี้ อาจเป็นเรื่องเหลวไหล เป็นลัทธิความเชื่อในด้านไสยศาสตร์มากกว่าที่จะเป็นเรื่องพุทธศาสนา และกลายเป็นข้อถกเถียงกันมาก เมื่อพลังความเชื่อเหล่านี้ก่อให้เกิดพุทธพาณิชย์ในเชิงการเช่า-ซื้อพระเครื่องเกิดขึ้น

โดยความต้องการพระเครื่องหรือตลาดพระเครื่องมักจะขยายตัวไปตามเศรษฐกิจ ซึ่งปรากฏให้เห็นว่าตลาดพระเครื่องหรือวงการพระเครื่อง จะขึ้นลงไปตามภาวะเศรษฐกิจหรือคาดสถานการณ์ในอนาคต โดยราคาค่าเช่าหรือค่านิยมพระเครื่องจึงมีการปรับราคาไปสภาพทางเศรษฐกิจ จึงสนใจศึกษาสภาวะเศรษฐกิจเกี่ยวกับพระเครื่องปัจจุบันและอนาคตอันใกล้

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

การกำหนดปัญหาการวิจัย (Research Problem) เป็นการเชื่อมโยงสภาพภาวะเศรษฐกิจพระเครื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าพระเครื่องไว้บูชาตามมูลค่าที่ตนพอใจ และบูรณาการมูลค่าพระเครื่องในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ซึ่งมีกรอบปัญหาการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบปัญหาการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจพระเครื่องในสี่ภูมิภาคของประเทศไทยปัจจุบัน

2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและตัดสินใจเช่าพระเครื่องไว้บูชาหรือแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่ตนพอใจ

3) เพื่อศึกษาค้นคว้าเชิงลึกเกี่ยวกับพระเครื่องตามภูมิภาคในสี่ภาคทั้งด้านค่านิยมการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนตามมูลค่าที่ตนพอใจ

4) เพื่อวิเคราะห์เชิงบูรณาการมูลค่าพระเครื่องในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต โดยนำเสนอผลการสังเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจพระเครื่องในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องเศรษฐกิจพระเครื่องในเมืองไทย โดยมีขั้นตอนและแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวกับพระเครื่องจำนวน 28 เรื่อง และนิตยสารเกี่ยวกับพระเครื่อง จำนวน 58 ฉบับ รวมทั้งศึกษาจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจพระเครื่อง เช่น ศูนย์พระดอทคอม, ตลาดพระเครื่อง, ทำเนียบพระเครื่อง และเว็บไซต์ Amulet.in.th, Web-Pra.com, Taradpra.com, Tumsrivichai.com, amuletcenter888.blogspot.com, and Pralanna.com, รวมทั้งรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับพระเครื่อง เช่น พระเครื่องเมืองสยาม, คมเซียนพระ พระเครื่องแชนแนล, ตนรักษ์พระ และรายการสนทนาภาษาพระเครื่อง เป็นต้น โดยวิเคราะห์ราคาค่าเช่า หรือขายตามนิตยสาร และเว็บไซต์ พ.ศ. 2555-2556 ซึ่งสรุปภาพรวมเป็นเศรษฐกิจพระเครื่องฯ (พูลสวัสดิ์ ด้วงเงิน และคณะ, 2553)

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) และสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์กรรมการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระเครื่องพระบูชาในประเทศไทย และเจ้าของศูนย์พระเครื่องต่างๆ รวมทั้งร้านหรือแผงพระเครื่องมีปรากฏตามทั้ง 4 ภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งได้กำหนดให้มีแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1) วิธีวิจารณญาณ (Judgmental Sampling) ในการเลือกกรรมการที่จัดประกวดพระเครื่องทั้ง 4 ภาค ภาคละ 5 คนรวม 20 คน ส่วนการสนทนากลุ่มเจ้าของศูนย์พระเครื่องและร้านหรือแผงพระเครื่องทั้ง 4 ภาค ภาคละ 20-30 คน รวม 120 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่องฯ

2) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) โดยการสัมภาษณ์กับกรรมการที่เกี่ยวข้องกับพระเครื่อง คือ กรรมการสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย และกลุ่มกรรมการจัดงานประกวดพระเครื่องตามที่กำหนดในแต่ละเดือนทั้ง 4 ภาค โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus Group) และสังเกตการณ์กับกรรมการในแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีวิธีดำเนินการ (ฉัตรชัย เมืองฤทธิ์, 2549) ดังนี้

2.1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญพระเครื่องตามภูมิภาคฯ

- การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือกึ่งโครงสร้าง
- การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง หรือแบบกึ่งโครงสร้าง โดยคำถามปลายเปิด มีความยืดหยุ่น สัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างฯ

2.2) การสนทนากลุ่ม (Focus-group Discussion)

- กลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาเพื่ออภิปรายในประเด็นเกี่ยวกับพระเครื่องในแต่ละภาคฯ
- สมาชิกกลุ่มที่สนใจและเกี่ยวข้องกับพระเครื่องทั้งลักษณะที่คล้ายกันและที่ ต่างกัน
- ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคือเครือข่ายของกลุ่มที่มีการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนพระเครื่อง

2.3) การสังเกตการณ์ (Observation) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้ทำวิจัยได้ไปสังเกตฯ

- การสังเกตจากตัวอย่างตามร้าน/แผงพระเครื่องและบันทึกตามสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น
- สังเกตจากงานประกวดพระเครื่อง กิจกรรม การซื้อขายแลกเปลี่ยน และ

สิ่งแวดล้อม

3) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเจ้าของศูนย์พระเครื่องและร้าน/แผงพระเครื่องที่มีปรากฏตามภูมิภาคทั้ง 4 ภาค สรุปเป็นเศรษฐกิจฯ

ส่วนที่ 3 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าพระเครื่องตามตลาดนัดพระเครื่องและการประกวดพระเครื่องที่กำหนดขึ้นในปี 2556 ทั้ง 4 ภาคในประเทศไทย ที่ปรากฏในตารางวัน เวลา และสถานที่ ซึ่งกำหนดเป็น แบบวิจัยเชิงปริมาณ (อภินันท์ จันตะนี, 2556) ดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ร่วมงานหรือชมงานประกวดพระเครื่องและผู้มาตลาดนัดพระเครื่องตามวัน เวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ในปี 2556 โดยรวมจำนวนศูนย์พระเครื่องทั้ง 4 ภาคจำนวน 535 แห่ง มีร้านพระเครื่องทั้ง 4 ในประเทศไทย พ.ศ. 2555 จำนวน 2,336 แห่ง และมีแผงพระ ปี 2556 มีประมาณ 3,600 กว่าแผง โดยอยู่ในกรุงเทพฯ กว่า 2,000 แผง ซึ่งมีผู้ที่เกี่ยวข้องหรือดำเนินธุรกิจพระเครื่องประมาณ 15,000 ราย ส่วนประชาชนหรือลูกค้า/ผู้ที่สนใจ/เข้าชมตลาดนัดพระเครื่อง ซึ่งสัปดาห์ละ 36 แห่งใน 20 จังหวัด และประกวดพระเครื่องในปี 2556 จำนวน 40 ครั้งทั่วประเทศ โดยสรุปมีประชาชนหรือลูกค้าหรือเข้าชมงานต่างๆ ดังกล่าวเดือนละประมาณ 180,000 คน มีพระเครื่องเฉพาะที่ลงประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์จำนวน 17,079 รายการ (พิมพ์/รุ่น) และมีจำนวนพระเครื่อง (ประมาณ) 491,287 องค์ (ข้อมูลออนไลน์)

1.2) ขนาดตัวอย่าง (Sample size) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ร่วมหรือชมงานประกวดพระเครื่องและผู้มาตลาดนัดพระเครื่องตามวัน เวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ในปี 2556 ทั้ง 4 ภาค จำนวนขนาดตัวอย่าง 400 ราย

1.3) การสุ่มตัวอย่าง (Sample Random Sampling) เพื่อหาตัวแทนที่ดีและมีความเหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้ โดยสุ่มจากผู้ร่วมงานหรือชมงานประกวดพระเครื่องและผู้มาตลาดนัดพระเครื่องตามวัน เวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ในปี 2556 ทั้ง 4 ภาคในจำนวนตัวอย่าง 400 ราย

2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและความแปรปรวน การเปรียบเทียบระดับความสนใจและความต้องการพระเครื่อง รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องหรือซื้อขายแลกเปลี่ยนพระเครื่องในเมืองไทย

ผลการวิจัย

สรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำแนกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ผลจากการศึกษาเอกสาร ทางด้านราคาค่านิยมหรือราคาซื้อขายตามเว็บไซต์ โดยกำหนดราคาค่านิยมไว้ตั้งแต่หลักร้อยบาทไปถึงหลักล้านบาท (100-1,000,000 และราคาแพง ขึ้นไปถึงหลายสิบล้านบาท คือ พระเครื่องสมเด็จวัดระฆังโฆสิตาราม พิมพ์ใหญ่ มีค่านิยม 55 ล้านบาทซึ่งรวม 5 องค์ไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท รองลงมาเป็นวัดระฆัง 36 ล้านบาท 29 ล้านบาท พิมพ์ใหญ่เกศทะลุซุ้ม 25 ล้านบาท 20 ล้านบาท 18 ล้านบาท 15 ล้านบาท 10 ล้านบาท 6 ล้านบาท 3-4 ล้านบาท และ 1 ล้านบาท

เป็นต้น ซึ่งราคาค่านิยมดังกล่าวไม่ได้เผยแพร่ทั่วไป อันดับสองคือ พระซุ้มกอ พิมพ์ใหญ่ มีกนก กรุวัดพิกุล ราคาค่านิยมสูงสุด 20 ล้านบาท เฉลี่ย 2.5 ล้านบาท อันดับสามคือ พระรอดมหาวัน ลำพูน ราคาค่านิยมสูงสุด 10 ล้านบาท มี 5 พิมพ์ ลดหลั่นลงมาจนหลักแสนบาท โดยเฉลี่ย 2.5 ล้านบาท อันดับสี่คือ พระผงสุพรรณ มี 3 พิมพ์ โดยพิมพ์หน้าแก่ ราคาค่านิยมสูงสุด 12 ล้านบาท เฉลี่ย 3.5 ล้านบาท และอันดับห้าในพระเบญจภาคีคือ พระนางพญา วัดนางพญา จังหวัดพิษณุโลก ราคาค่านิยมสูงสุด 5 ล้านบาท นอกจากพระเครื่องชุดเบญจภาคี ยังมีพระเครื่องที่มีราคาค่านิยมสูง เช่น พระหลวงปู่ทวด ปี 2497 ราคาค่านิยม 15 ล้าน เหรียญหลวงปู่เอี่ยม วัดหนัง ราคาค่านิยม 12 ล้านบาท พระปิดตามหลวงพ่อแก้ว วัดเครือวัลย์เมืองชล ราคาค่านิยม 10 ล้านบาท หลวงพ่อกลั่น วัดพระญาติ อยุธยา ราคาค่านิยม 10 ล้านบาท หลวงปู่ไข่ วัดเชิงเลน ราคาค่านิยม 8 ล้านบาท พระหลวงพ่อเงิน วัดบางคลาน รูปหล่อโบราณ พิมพ์นิยม ราคาค่านิยม 6 ล้านบาท ฯลฯ

ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มพบว่า การตัดสินใจซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนพระเครื่องโดยทั่วไปขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวคือความพอใจที่จะซื้อหรือเช่าพระเครื่องและความพอใจที่จะขายหรือให้เช่าพระเครื่องนั้นในราคาค่านิยม ณ ช่วงเวลานั้น ซึ่งผู้ซื้อหรือเช่าพระเครื่องมีขั้นตอนในการพิจารณาคุณภาพพระเครื่อง ดังนี้

ส่วนที่ 1

1) ความเก่าแก่ของพระเครื่อง หากพระเครื่องความเก่าแก่มากก็เป็นที่นิยมและมีราคามากขึ้น โดยเฉพาะพระกรุที่มีคนต้องการมากเป็นพิเศษ เนื่องจากความสวยงามทางศิลปะโบราณทำให้ผู้ครอบครองมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าของวัตถุโบราณ

2) ความหายากของพระเครื่อง จำนวนพระเครื่องมีน้อยก็ยิ่งมีคุณค่ามากขึ้น และถ้าอยู่ในกระแสความนิยมด้วยก็จะยิ่งดีที่สุด แต่ถ้าพระเครื่องใดมีจำนวนน้อยเกินไป ราคาค่านิยมก็จะหยุดนิ่งไม่เคลื่อนไหวเนื่องจากไม่มีการเปลี่ยนมือหรือไม่มีการยักย้ายเปลี่ยนมือไปที่อื่นเพราะเจ้าของขึ้นชื่อว่าเป็นอภิมหาเศรษฐี ซึ่งมีลูกหลานที่พร้อมรักษาไว้เป็นสมบัติของตระกูลสืบต่อไป

3) ความเป็นพระเครื่องแท้ นอกจากการพิจารณาความเก่าแก่และการหายากของพระเครื่องที่ได้พิจารณาจากแบบพิมพ์แล้ว ยังต้องพิจารณาความเก่าแก่หรืออายุของมวลสารที่ใช้สร้างพระเครื่องด้วยเช่น เป็นพระเครื่องชนิดที่ว่าแท้ตาเปล่าหรือใครดูก็รู้ว่าแท้ชัดเจนที่สุด ซึ่งทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนในพระเครื่องนั้นๆ

4) สภาพของพระเครื่อง รูปลักษณะพระเครื่องต้องไม่มีรอยหัก บิ่น สึกหรอใด ๆ ปรากฏขึ้น ยิ่งพระเครื่องมีสภาพสมบูรณ์เพียงใดก็ดียิ่งขึ้น ถ้านำพระเครื่องไปประกวดแล้วได้รับรางวัลที่หนึ่งหรือที่สองจากหลายเวทีก็ยิ่งมีคนต้องการหรือมีค่านิยมมากยิ่งขึ้น

5) พิธีกรรมและเรื่องราวพระเครื่อง เป็นพิธีกรรมหรือความขลังในทางไสยศาสตร์ ความเชื่อในแง่ของอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ถ้าเคยเกิดเหตุอัศจรรย์ใดๆ กับผู้ที่สวมใส่พระเครื่องนั้น ก็จะยิ่งเพิ่มเรื่องราวที่น่าสนใจได้อีกมากขึ้น และทำให้ราคาค่านิยมสูงแบบทวีคูณขึ้นอย่างรวดเร็ว

สำหรับราคาค่านิยมของพระเครื่องนั้นไม่ได้ขึ้นกับปัจจัยทั้ง 5 เสมอไป ยังขึ้นอยู่กับความพอใจระหว่างผู้ซื้อ/เช่ากับเจ้าของพระเครื่องนั้นว่าจะซื้อขายกันเท่าไร ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากราคาในกลไกตลาด และเรื่องการปั่นราคาทำให้ค่านิยมพระเครื่องมีส่วนอย่างมากที่กระตุ้นให้ราคา

พระเครื่องนั้นมีค่านิยมสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยการซื้อขายพระเครื่องตามตลาดนัดและในงานประกวดพระเครื่องแต่ละแห่งหรือแต่ละครั้ง ราคาตามแผงพระเครื่องตั้งแต่ 10 บาทไปถึงหนึ่งหมื่นสองหมื่นบาท ส่วนราคาหลักแสนขึ้นไปถึงหลักล้านหรือหลายล้านบาท มีอยู่ที่ศูนย์หรือร้านพระเครื่องในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครและตามภูมิภาคต่าง ๆ ดังเช่น ราคาค่านิยมพระสมเด็จวัดระฆัง พิมพ์ใหญ่ ซึ่งสูงถึง 55 ล้านบาท รองลงมาเป็นพระซุ้มกอ พิมพ์ใหญ่ กรุวัดพิกุล ราคาค่านิยม 12 ล้าน พระรอด กรุวัดมหาวัน ราคาค่านิยม 10 ล้านบาท พระผงสุพรรณ ราคาค่านิยม 8 ล้านบาท และพระนางพญา ราคาค่านิยม 5 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในชุดพระเบญจภาคี เป็นต้น

ส่วนพระเครื่องหลวงปู่ทวด ปี 2497 ราคาค่านิยมสูงสุด 15 ล้านบาท และราคาค่านิยมรองลงมาเป็นหลวงปู่เอี่ยมวัดหนัง ราคาค่านิยม 12 ล้านบาท ส่วนพระเหรียญหลวงพ่อกลั่น วัดพระญาติ ราคาค่านิยม 10 ล้านบาท พระปิดตาหลวงพ่อแก้ว วัดเครือวัลย์ 10 ล้านบาทและพระเหรียญหลวงปู่ไข่ วัดเชิงเลน 8 ล้านบาท และหลวงพ่อเงิน วัดบางคลาน 6 ล้านบาท เป็นต้น

ส่วนที่ 2

ผลจากการสอบถาม (ตามตลาดนัดพระเครื่องและการจัดประกวดพระเครื่อง)

จากการสำรวจสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมหรือชมตลาดนัดพระเครื่องและชมงานประกวดพระเครื่องทั้ง 4 ภาค ภาคละ 100 คน รวมทั้งหมด 400 คน ปรากฏผล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 70.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 35.40 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 29.30 ส่วนใหญ่เป็นการทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 52.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 34.30 และส่วนใหญ่สมรสแล้ว ร้อยละ 56.80 ส่วนพฤติกรรมการเข้าร่วมในตลาดนัดพระเครื่องและงานประกวดพระเครื่องส่วนใหญ่นำพระเครื่องมาปล่อยให้เช่า ร้อยละ 44.50 การเช่าพระเครื่องไว้เพื่อบูชาส่วนใหญ่เป็นพระเนื้อผง ร้อยละ 33.50 มีความสนใจหรือให้ความสำคัญกับพระเครื่องส่วนใหญ่เป็นพระเนื้อผงยอดนิยม ร้อยละ 32.50 มีความสนใจ/ความสำคัญพระท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นพระเหรียญหล่อนิยม ร้อยละ 41.00 มีความสนใจ/ความสำคัญพระเบญจภาคีส่วนใหญ่เป็นพระสมเด็จวัดระฆัง ร้อยละ 50.00 สำหรับราคาค่าเช่าพระเครื่องปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเห็นว่าราคาค่าเช่าพระเครื่องขึ้นอยู่กับประเภทของพระเครื่อง ร้อยละ 60.80 ส่วนราคาค่าเช่าพระเครื่องในอนาคตนั้น ส่วนใหญ่คาดว่าราคาค่าเช่าพระเครื่องจะขึ้นอยู่กับประเภทของพระเครื่อง ร้อยละ 58.50 มีแนวโน้มความนิยมพระเครื่องส่วนใหญ่คาดว่าจะนิยมพระเหรียญฯ ร้อยละ 29.50 และมีเงินหมุนเวียนในเศรษฐกิจพระเครื่องต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าประมาณ 10,000 ล้านบาท ร้อยละ 48.50 เป็นต้น

การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ระดับความสำคัญ/ความสนใจพระเครื่องในปัจจุบัน โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.61 และ S.D. = 1.06) มีหลักการตัดสินใจหรือวิธีการตัดสินใจเช่าพระเครื่อง โดยรวมอยู่ ระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.87 และ S.D. = 1.08) มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเช่าพระเครื่องของคนทั่วไปโดยรวมอยู่ระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78 และ S.D. = 1.05) มีความต้องการพระเครื่องในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89 และ S.D. = 1.03) สำหรับการเปรียบเทียบและการพยากรณ์ระดับความสำคัญหรือความสนใจพระเครื่อง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ซึ่งมีผลการ

ทดสอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและความสนใจต่อประเภทของพระเครื่องและความต้องการพระเครื่อง การตัดสินใจเช่าพระเครื่องและการเช่าพระเครื่องของคนทั่วไปในปัจจุบันมีแตกต่างกัน

ส่วนที่ 3

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องฯ ซึ่งมีปัจจัยประเภทพระเครื่อง การติดสินใจเช่าพระเครื่องและการเช่าพระเครื่องของคนทั่วไป ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยมีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องในปัจจุบันฯ

ตัวแปรพยากรณ์	B	S.E.	Beta	t	Sig.
- ค่าคงที่	1.383	.121	-	11.228	.000*
- ประเภทพระเครื่อง	.072	.044	.085	1.646	.100
- ตัดสินใจเช่าพระเครื่อง	.376	.051	.449	7.312	.000*
- การเช่าพระเครื่องทั่วไป	.217	.053	.252	4.064	.002*

R = .736 R^2 = .541 Adjusted R^2 = .538 F =155.821 S.E.=.46927 Sig of F = .000*

จากตารางผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัย โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวแปรพยากรณ์ระดับความสำคัญ/ความสนใจพระเครื่องฯ มีผลต่อระดับความความต้องการเช่าพระเครื่องในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ ซึ่งมีค่า Sig น้อยกว่า α=0.01 แสดงว่าปัจจัยเกี่ยวกับประเภทพระเครื่อง การตัดสินใจเช่าพระเครื่องและการเช่าพระเครื่องทั่วไปมีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องในปัจจุบันและอนาคตฯ โดยผลการวิเคราะห์การพยากรณ์พบว่าตัวแปรอิสระหรือปัจจัยเกี่ยวกับประเภทพระเครื่อง การตัดสินใจเช่าพระเครื่องและการเช่าพระเครื่องของคนทั่วไปมีผลต่อความต้องการเช่าพระเครื่องปัจจุบันและอนาคตฯ ได้ร้อยละ 54.1 (R = .736, R^2 = .541)

โดยสรุปเป็นสมการได้ ดังนี้

สมการในรูปคะแนนคือ $Y = 1.383 + .376G_2 + .217G_3 + .072G_1$

โดยระดับความต้องการเช่าพระเครื่องในปัจจุบันและอนาคตฯ = 1.733 +.312G_2 การตัดสินใจเช่าพระเครื่อง +.217G_3 การเช่าพระเครื่องของคนทั่วไป +.072G_1 ประเภทของพระเครื่องที่ต้องการฯ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ผลการศึกษาสภาพทั่วไปที่มีการซื้อขายหรือให้เช่าพระเครื่องทางหนังสือนิตยสารและทางเว็บไซต์เป็นพุทธพาณิชย์หรือธุรกิจพระเครื่อง มีทั้งการระบุราคาซื้อขายหรือราคาค่านิยมไว้ในนิตยสารและเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ และถาวร เกียรติทับทิว เรื่อง “พระเครื่องกับสังคมไทย” โดยนิยมสะสมพระเครื่องเพื่อแสวงหามูลค่าเพิ่มค่านิยมพระเครื่องมากกว่าที่นิยมสะสมพระเครื่องศาสนา เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เพื่อเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันภัยอันตรายต่างๆ แต่การตกลงซื้อขายกันจริงๆ ยังขึ้นอยู่กับความพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจในเวลานั้นด้วย แม้ว่าจะกำหนดราคาค่าเช่าไว้ในองค์พระตั้งแต่ 100 บาท 1,000 บาท 50,000 บาท 900,000 บาทและหลักล้านหรือหลายล้านบาท แต่จ่ายเงินจริงมักไม่ปรากฏข่าวที่จ่ายกันจริง ดังนั้นจากข่าวและหลักฐานในปี 2552 มีเงินหมุนเวียนในวงธุรกิจพระเครื่องในแต่ละเดือนไม่กว่าสองหมื่นล้านบาท ก็น่าจะเป็นจริงในปัจจุบันและน่าจะเพิ่มขึ้นอีกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจไม่ค่อยจะมีเสถียรภาพมากนักก็ตาม ซึ่งสอดคล้องทฤษฎีทางเศรษฐกิจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งของที่หายากมักจะมีราคาค่านิยมสูง เช่น พระกรุเก่าแก่มีจำนวนจำกัดและหายากจึงทำให้ราคาค่านิยมสูงถึงห้าสิบกว่าล้านบาท แต่บางกรณียังสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

สำหรับพระเกจิอาจารย์ที่มีอายุการสร้างไม่เกิน 100 ปี แต่มีความขลังและคงกระชาตรีสูง อาจเป็นเพราะมีพิธีกรรมในทางไสยศาสตร์ ความเชื่อในแง่ของอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ซึ่งเกิดเหตุอัศจรรย์ใดๆ กับผู้ที่สวมใส่พระเครื่องนั้น โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฉัตรชัย เมืองฤทธิ์ เรื่อง "เหตุผลในการตัดสินใจเช่าซื้อพระเครื่องของเซียนพระ" โดยมีพุทธคุณเด่นทางด้านแคล้วคลาดปลอดภัย เห็นด้วยว่าการสร้างและเป็นความนิยมส่วนตัวมาเป็นอันดับแรก ซึ่งจะทำให้ราคาค่านิยมซื้อขายแลกเปลี่ยนและทำให้ธุรกิจพระเครื่องมีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มยิ่งขึ้น โดยการสำรวจสอบถามจาก 4 ภูมิภาคซึ่งทำให้ทราบว่ามีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจพระเครื่องต่อปีมีประมาณ 40,000 ล้านบาท จากความคิดร้อยละ 48.50 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากที่มีผู้ประมาณไว้ว่ามีเงินหมุนเวียนถึงสองหมื่นล้านบาทในปี 2552 จึงแสดงให้เห็นว่ามีเงินหมุนเวียนของเศรษฐกิจพระเครื่องในประเทศไทยในช่วงเวลา 5 ปี เพิ่มขึ้นอีกเท่าตัว และจากการพยากรณ์ถึงการให้ความสำคัญ/ความสนใจพระเครื่อง รวมทั้งระดับของความต้องการเช่าพระเครื่องในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ มีความเป็นไปได้ถึงร้อยละ 54.10 ซึ่งทำให้เชื่อมั่นได้ว่าภาวะเศรษฐกิจในพระเครื่องของเมืองไทยจะมีความสำคัญยิ่งขึ้นตลอดไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ ควรพิจารณาดังนี้

เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจเกี่ยวกับการเช่าพระเครื่องหรือซื้อขายพระเครื่องและเครื่องรางของขลังเป็นไปตามภาวะทางเศรษฐกิจในประเทศและความนิยมในพระเครื่องแต่ละรุ่นแตกต่างกันไป ซึ่งมีราคาค่าเช่าหรือซื้อขายตั้งแต่สิบบาทไปถึงหลายสิบล้านบาท เช่น พระกรุเก่าแก่มีจำนวนจำกัดและหายากจึงทำให้ราคาค่านิยมสูงถึงห้าสิบกว่าล้านบาท ดังนั้น หากประชาชนทั่วไปคิดหรือตั้งใจจะหาเช่าพระเครื่องมาไว้ประจำตัวหรือทำการซื้อมาขายไป ควรมีหลักการตรวจสอบคือ

1.1 ควรเริ่มจากการศึกษาพื้นฐานก่อนเช่น พระองค์นี้มีข้อมูลพื้นฐานการสร้าง วิธีการสร้าง ใครเป็นคนสร้าง สร้างเพื่ออะไร ในช่วงปีไหน พิมพ์นั้นถูกต้องหรือไม่อย่างไร

1.2 พระเครื่อง เป็นชนิดไหน ทำจากเงิน ทองคำ นาค นวะโลหะ ทองแดง เนื้อดิน เนื้อชิน เนื้อว่าน เนื้อผง หรืออื่น ๆ ประกอบด้วยอะไรบ้าง และเป็นเนื้อที่นิยมในหมู่พระเครื่องหรือไม่

1.3 การดูผิวและเนื้อองค์พระ รวมไปถึงความคมชัดเจน ตำหนิ ต่างๆ หรือความสมบูรณ์ว่าใช้งานมาหรือไม่ รักษาความเก่าคือ การบอกประมาณการณ์อายุของพระนั้นๆ มีผลเรื่องราคาและมูลค่า

1.4 การตรวจสอบพระเครื่องแท้จริงแค่ไหน ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถตรวจสอบความถูกต้องเมื่อเทียบแหล่งข้อมูลอ้างอิงในหนังสือพระประเภทนั้นๆ การศึกษาพระนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดูจากของจริงหลายๆ องค์ (แบบเดียวกัน) เพราะการดูภาพจากรูปหรือถ่ายภาพนั้นไม่สามารถบอกขนาดและน้ำหนักที่แท้จริงได้ ภาพที่ถ่ายนั้นสีและลายละเอียดจะต่างกับองค์จริงมาก

1.5 การตรวจสอบพระสมเด็จวัดระฆัง เนื่องจากมีราคาค่านิยมสูง ควรพิจารณาดูดังนี้

- จำพิมพ์ พระสมเด็จวัดระฆัง ให้แม่น จะมี 5 พิมพ์ คือ พิมพ์พระประธาน ทรงเจดีย์ เกศบัวตูม ฐานแซม และปรกโพธิ์
- ดูจากของจริง และเปรียบเทียบกับ พระพิมพ์สมเด็จอื่นๆ เพื่อดูจุดที่แตกต่างอย่างละเอียด
- ดูเนื้อ และมวลสาร ส่วนผสมของ พระสมเด็จวัดระฆัง เกิดจากการนำหินปูน มาเผาไฟทุบป่นให้แตกละเอียด เหมือนแป้ง ผสมกับน้ำมันตังอิ๊วของจีน และมวลสารมงคลต่างๆ อาทิ เม็ดชาด เม็ดพระธาตุ เกสรดอกไม้แห้ง ข้าวสุก เนื้อพระสมเด็จ จึงมักมี มวลสาร ปรากฏให้เห็น และมักจะมีรอยปูไต่ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยเกี่ยวกับพระเครื่องครั้งต่อไปที่อาจมีขึ้น

ควรเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์สังเกตและสนทนากลุ่มเซียนพระเครื่องในแต่ละภาคที่มีความนิยมสูง รวมทั้งการทำพิธีกรรมปลุกเสกของพระเกจิอาจารย์ชื่อดังและทำให้เกิดอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ขึ้น และเกิดเหตุอัศจรรย์ใดๆ กับผู้ที่สวมใส่พระเครื่องนั้น จึงเป็นเหตุทำให้ราคาค่านิยมซื้อขายแลกเปลี่ยนในราคาสูงและทำให้ธุรกิจพระเครื่องมีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ฉัตรชัย เมืองฤทธิ์. (2549). **เหตุผลในการตัดสินใจเช่าซื้อพระเครื่องของเซียนพระ.** วิทยาลัย: มหาวิทยาลัย.

ณรงค์ เส็งประชา. (2539). **การศึกษาผลกระทบของตลาดพระเครื่องต่อสังคม ศาสนาและเศรษฐกิจ.** คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

พูลสวัสดิ์ ด้วงเงิน และคณะ. (2553). **การศึกษาพฤติกรรมการเช่าบูชาพระเครื่องในจังหวัดปทุมธานี.** บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตสิรินธรราชวิทยาลัย.

อภินันท์ จันตะนี. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยทางการจัดการขั้นสูง.** คณะสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.